

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lion Parcel Purwokerto

PT. Lion Parcel didirikan pada tanggal 14 Februari 2013 dan bergerak di bidang jasa kurir dalam pengiriman barang maupun dokumen ke seluruh penjuru Indonesia didukung oleh infrastruktur jaringan Lion air Group. PT. Lion Parcel memiliki destinasi yang luas karena didukung oleh tiga maskapai yang juga berada di bawah naungan Lion Air Group yaitu Lion Air, Batik Air, dan Wings Air, dan juga sebagai salah satu perusahaan penerbangan terbesar. Sebagai bagian dari misi Lion Group, Lion Parcel adalah mengembangkan industri logistik dengan filosofi untuk membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi di semua wilayah domestik melalui konsep "Just In Time Air Distribution".

Meski terhitung sebagai pemain baru, Lion Parcel sudah memiliki jaringan operasi yang handal dengan dukungan pesawat terbang dan frekuensi penerbangan tinggi Lion Air Group untuk hampir semua bandara di Indonesia. PT Lion Parcel menyediakan barang dan jasa pengiriman dokumen dengan banyak outlet di nusantara. Keunggulan kami adalah PT Lion Parcel satu - satunya jasa ekspedisi yang memiliki ribuan armada pesawat terbang sendiri. PT. Lion Parcel berkantor pusat di Kedoya, Jakarta Barat, Indonesia. Selain berpusat di Jakarta, terdapat pula outlet-outlet lion parcel yang tersebar di hampir seluruh kota besar di Indonesia, salah satunya Lion Parcel Purwokerto yang berdiri pada tanggal 2 Mei 2019 yang berada di Jl. Jendral Sudirman 874, Purwokerto, Jawa Tengah.



Gambar 4.1
Lion Parcel Purwokerto

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, dan 2 orang karyawan bagian customer service dan kurir Lion Parcel Purwokerto yang telah melakukan pengisian dalam variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta akan mengisi bobot dan juga rating pada setiap variabel yang ada. Sedangkan 10 orang pelanggan dari Lion Parcel Purwokerto hanya digunakan sebagai penguat untuk data penelitian SWOT ini.

Tabel 4.1 Sampel Penelitian

No	Responden	Keterangan	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Kerja (Tahun)	Pendidikan Terakhir
1	Pemilik	Pemilik	Tita	Wanita	21	1	SMA
2	Karyawan	Customer Service	Omat	Pria	25	1	SMA
		Kurir	Nova	Pria	29	1	SMA

Sumber : (Data Primer, 2020)

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa pemilik berjenis kelamin wanita sedangkan karyawan bagian customer service dan juga kurir berjenis kelamin pria. Responden terdiri dari 1 orang pemilik, dan 2 orang karyawan bagian customer service dan kurir Lion Parcel Purwokerto. Selain dari pemilik dan karyawan Lion Parcel Purwokerto, responden penelitian ini juga terdiri dari 10 orang pelanggan Lion Parcel Purwokerto yang akan dijelaskan terpisah sebagai berikut.

Selain responden yang berasal dari pemilik dan karyawan Lion Parcel Purwokerto, dilakukan juga penyebaran kuesioner kepada 10 orang pelanggan Lion Parcel Purwokerto. Berdasarkan lama berlangganan, pelanggan dibagi berdasarkan kategori sebagai berikut:

Tabel 4.2 Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Lama Berlangganan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	10 Bulan	2	20
2	6 Bulan	4	40
3	3 Bulan	3	30
4	1 Bulan	1	10
Jumlah		10	100%

Sumber : (Data Primer, 2020)

Berdasarkan lama berlangganan, didapatkan hasil bahwa pelanggan sebagian besar telah berlangganan dengan Lion Parcel selama 6 bulan (40%), pelanggan lainnya berlangganan dengan Lion Parcel selama 10 bulan (20%) , 3 bulan (30%) dan 1 bulan (10%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Lion Parcel Purwokerto sudah cukup lama berlangganan dengan Lion Parcel Purwokerto.

4.1.3 Variabel SWOT

Berdasarkan hasil pra survey kepada pemilik Lion Parcel Purwokerto, didapatkan faktor internal yang mempengaruhi arah dan tindakan yang berasal dari internal perusahaan serta faktor eksternal perusahaan terdiri dari semua keadaan dan kekuatan yang mempengaruhi pilihan (opsi) strateginya dan menentukan situasi pesaingnya. Analisis faktor internal mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan. Sedangkan analisis faktor eksternal mengidentifikasi peluang dan ancaman yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan di masa yang akan datang.

Tabel 4.3 Variabel SWOT Lion Parcel Purwokerto

No	Kategori	Keterangan	
1	Kekuatan	1	Armada yang jelas untuk pengiriman, karena menggunakan armada sendiri, tentu kecepatan dan keamanan paket lebih terjamin.
		2	Melayani secara door to door, kurir akan mengambil barang yang akan dikirim
		3	Mudah di <i>track</i> : Keberadaan paket atau dokumen Lion Parcel bisa dipantau
		4	Metode pengiriman yang variatif, sesuai dengan keinginan customer
		5	Tarif paling murah dibandingkan dengan para pesaing
		6	Kompromi berat timbangan yang lebih tinggi : Paket dengan berat 1.49 Kg masih tetap dihitung 1 Kg saja.
		7	Lokasi mudah dicari (lokasi strategis)
		8	Perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan.
		9	Parkiran luas
2	Kelemahan	1	Lion Parcel sangat ketat dalam hal packaging, apabila packaging suatu barang tidak memenuhi syarat maka tidak akan diterima
		2	Belum terlalu terkenal apabila dibandingkan dengan beberapa pesaing Lion Parcel
		3	Sampai saat ini belum bekerja sama dengan beberapa <i>e-commerce</i> besar seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain.
		4	Laptop yang digunakan terkadang bermasalah sehingga mengganggu proses transaksi.
		5	Kurangnya promosi untuk meningkatkan kesadaran dan mencuri perhatian masyarakat.
		6	Kinerja karyawan yang kurang cepat karena belum terlalu terampil
3	Peluang	1	Semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang ke luar kota atau pulau
		2	Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru
		3	Kemajuan teknologi memperluas jaringan pelayanan pada Lion Parcel
		4	Jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri
		5	Pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa perusahaan
4	Ancaman	1	Banyak dibukanya cabang-cabang baru perusahaan pesaing di Purwokerto
		2	Promo – promo yang ditawarkan pesaing menarik pelanggan Lion Parcel
		3	Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing
		4	Bencana alam

Sumber : (Data primer, 2020)

Setelah mendapatkan variabel-variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Lion Parcel Purwokerto dari tiga orang responden pada saat pra-survey yaitu satu orang pemilik dan dua orang karyawan Lion Parcel Purwokerto, pada penelitian kali ini kita akan mengkonfirmasi variabel-variabel tersebut kepada sepuluh orang responden dari konsumen Lion Parcel Purwokerto yang telah lama menggunakan jasa dari Lion Parcel Purwokerto sehingga dianggap dapat menilai dan mengkonfirmasi kebenaran dari variabel-variabel SWOT yang ada, berikut adalah hasil dari pengisian kuesioner kesepuluh responden :

Tabel 4.4 Tabulasi Hasil Pengisian Kuesioner Sepuluh Responden Konsumen

[illegible]

No	Pertanyaan	Responden									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12	Sampai saat ini belum bekerja sama dengan beberapa <i>e-commerce</i> besar seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain.	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3
13	Laptop yang digunakan terkadang bermasalah sehingga mengganggu proses transaksi.	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
14	Kurangnya promosi untuk meningkatkan kesadaran dan mencuri perhatian masyarakat.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
15	Kinerja karyawan yang kurang cepat karena belum terlalu terampil	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3
Peluang											
16	Semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang ke luar kota atau pulau	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
17	Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
18	Kemajuan teknologi memperluas jaringan pelayanan pada Lion Parcel	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	Jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	Pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa perusahaan	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
Ancaman											
21	Banyak dibukanya cabang-cabang baru perusahaan pesaing di Purwokerto	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
22	Promo – promo yang ditawarkan pesaing menarik pelanggan Lion Parcel	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
24	Bencana alam	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Sumber (Data Primer, 2020)

Dari tabel diatas kita dapat melihat bahwa semua responden menjawab dengan poin 3 = Setuju dan 4 = Sangat Setuju, hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden setuju dengan variabel – variabel SWOT Lion Parcel Purwokerto yang diberikan oleh pemilik dan karyawan Lion Parcel Purwokerto.

4.1.5 Tanggapan Responden terhadap Kekuatan Lion Parcel Purwokerto

Berdasarkan tanggapan responden terhadap kekuatan Lion Parcel yang didapat dari pemilik, karyawan yang bekerja sebagai *customer service* dan karyawan yang bekerja sebagai kurir, maka didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap Kekuatan Lion Parcel Purwokerto

No	Kekuatan	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus Rating	Kategori
1	Armada yang jelas untuk pengiriman, karena menggunakan armada sendiri, tentu kecepatan dan keamanan paket lebih terjamin.	3	4	3	3	Kekuatan Kecil
2	Melayani secara door to door, kurir akan mengambil barang yang akan dikirim	4	3	4	4	Kekuatan Utama
3	Mudah di <i>track</i> : Keberadaan paket atau dokumen Lion Parcel bisa dipantau	4	4	3	4	Kekuatan Utama
4	Metode pengiriman yang variatif, sesuai dengan keinginan customer	3	3	4	3	Kekuatan Kecil
5	Tarif paling murah dibandingkan dengan para pesaing	4	4	4	4	Kekuatan Utama
6	Kompromi berat timbangan yang lebih tinggi : Paket dengan berat 1.49 Kg masih tetap dihitung 1 Kg saja.	4	4	3	4	Kekuatan Utama
7	Lokasi mudah dicari (lokasi strategis)	3	4	4	4	Kekuatan Utama
8	Perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan.	4	3	4	4	Kekuatan Utama
9	Parkiran luas	3	3	3	3	Kekuatan Kecil

Sumber : (Data primer, 2020)

Berdasarkan rating responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi kekuatan Lion Parcel Purwokerto adalah sebagai berikut :

1. Armada yang jelas untuk pengiriman, karena menggunakan armada sendiri, tentu kecepatan dan keamanan paket lebih terjamin.
Responden merasa bahwa Lion Parcel memiliki armada yang jelas untuk proses pengiriman barangnya, dan karena banyaknya jadwal penerbangan Lion Parcel tersebut memungkinkan barang yang dikirim sampai lebih cepat.
2. Melayani secara door to door, kurir akan mengambil barang yang akan dikirim.

Responden merasa layanan door to door merupakan daya tarik tersendiri untuk konsumen Lion Parcel.

3. Mudah di *track* : keberadaan paket atau dokumen Lion Parcel bias dipantau.

Responden merasa pemantauan mudah dilakukan sehingga keberadaan paket atau dokumen yang dikirimkan dengan armada Lion Parcel mudah dipantau.

4. Metode pengiriman yang variatif, sesuai dengan keinginan customer.

Responden merasa dengan memiliki metode pengiriman yang variatif menjadikan customer Lion Parcel dapat memilih metode pengiriman yang tepat untuk dirinya.

5. Tarif paling murah dibandingkan pesaing.

Responden merasa tarif yang dimiliki Lion Parcel termurah dibandingkan pesaingnya.

6. Kompromi berat timbangan yang paling tinggi : Paket dengan berat 1.49 Kg masih tetap terhitung 1 Kg saja.

Responden merasa dengan adanya kompromi berat timbangan meringankan biaya pengiriman bagi konsumen.

7. Lokasi mudah dicari (lokasi strategis).

Responden merasa lokasi Lion Parcel mudah ditemukan oleh konsumen karena letaknya yang strategis.

8. Perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan.

Responden merasa armada Lion Parcel sangat ramah terhadap pelayanan kepada customer.

9. Parkiran luas.

Responden merasa dengan parkiran luas akan sangat memudahkan konsumen untuk mendapatkan tempat parkir.

4.1.6 Tanggapan Responden terhadap Kelemahan Lion Parcel

Berdasarkan tanggapan responden terhadap kelemahan Lion Parcel yang didapat dari pemilik, karyawan yang bekerja sebagai *customer service* dan karyawan yang bekerja sebagai kurir, maka didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap Kelemahan Lion Parcel Purwokerto

No	Kelemahan	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus Rating	Kategori
1	Lion Parcel sangat ketat dalam hal packaging, apabila packaging suatu barang tidak memenuhi syarat maka tidak akan diterima	2	2	2	2	Kelemahan Kecil
2	Belum terlalu terkenal apabila dibandingkan dengan beberapa pesaing Lion Parcel	1	2	2	2	Kelemahan Kecil
3	Sampai saat ini belum bekerja sama dengan beberapa <i>e-commerce</i> besar seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain.	1	1	1	1	Kelemahan Utama
4	Laptop yang digunakan terkadang bermasalah sehingga mengganggu proses transaksi.	2	2	2	2	Kelemahan Kecil
5	Kurangnya promosi untuk meningkatkan kesadaran dan mencuri perhatian masyarakat.	1	1	1	1	Kelemahan Utama
6	Kinerja karyawan yang kurang cepat karena belum terlalu terampil	2	2	2	2	Kelemahan Kecil

Sumber : (Data primer, 2019)

Berdasarkan rating responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi kelemahan Lion Parcel Purwokerto adalah sebagai berikut :

1. Lion Parcel sangat ketat dalam hal packaging, apabila packaging suatu barang tidak memenuhi syarat maka tidak akan diterima.

Responden merasa bahwa Lion Parcel sangat ketat dalam peraturan packaging ini menjadi salah satu faktor konsumen memilih jasa pengiriman barang lain

2. Belum terlalu terkenal apabila dibandingkan dengan beberapa pesaing Lion Parcel.

Responden merasa Lion Parcel belum terlalu dikenal oleh masyarakat Purwokerto.

3. Sampai saat ini belum bekerja sama dengan beberapa e-commerce besar seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain.

Responden merasa dengan belum bekerja samanya Lion Parcel dengan e-commerce besar saat ini seperti shopee, tokopedia, dan lain-lain menjadi kelemahan tersendiri bagi Lion Parcel ditengah gencarnya bisnis dunia online saat ini.

4. Laptop yang digunakan terkadang bermasalah sehingga mengganggu proses transaksi.

Responden merasa laptop yang dimiliki Lion Parcel mengganggu transaksi konsumen karena sering bermasalah sehingga membuat konsumen harus menunggu.

5. Kurangnya promosi untuk meningkatkan kesadaran dan mencuri perhatian masyarakat.

Responden merasa Lion Parcel kurang melakukan promosi sehingga kurang menarik perhatian masyarakat.

6. Kinerja karyawan yang kurang cepat karena belum terlalu terampil

Responden merasa kinerja karyawan yang belum terlalu terampil menjadi kelemahan tersendiri bagi Lion Parcel.

4.1.7 Tanggapan Responden Terhadap Peluang Lion Parcel

Berdasarkan tanggapan responden terhadap peluang Lion Parcel yang didapat dari pemilik, karyawan yang bekerja sebagai *customer service* dan karyawan yang bekerja sebagai kurir, maka didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.7 Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap Peluang Lion Parcel Purwokerto

No	Peluang	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus Rating	Kategori
1	Semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang ke luar kota atau pulau	4	4	4	4	Respons Superior
2	Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru	4	4	4	4	Respons Superior
3	Kemajuan teknologi memperluas jaringan pelayanan pada Lion Parcel	4	3	3	3	Respons diatas rata-rata
4	Jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri	4	3	4	4	Respons Superior
5	Pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa perusahaan	3	4	3	3	Respons diatas rata-rata

Sumber : (Data primer, 2020)

Berdasarkan rating responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi peluang Lion Parcel Purwokerto adalah sebagai berikut :

1. Semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang ke luar kota atau pulau.
Responden merasa bahwa dengan semakin banyaknya pedagang yang mengirimkan barangnya keluar kota atau pulau menjadi peluang besar bagi Lion Parcel.
2. Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru
Responden merasa dengan tren bisnis online yang semakin meningkat beberapa tahun ini menjadi peluang untuk menambah konsumen baru.
3. Kemajuan teknologi memperluas jaringan pelayanan pada Lion Parcel
Responden merasa dengan kemajuan teknologi saat ini akan menambah pangsa pasar dari Lion Parcel.
4. Jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri
Responden merasa dengan dibutuhkannya jasa pengiriman barang di berbagai industry saat ini menjadikan Lion Parcel memiliki peluang yang besar.

5. Pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa perusahaan

Responden merasa dengan memiliki pelanggan yang setia kepada Lion Parcel selama ini menjadi peluang untuk terus berkembang

4.1.8 Tanggapan Responden Terhadap Ancaman Lion Parcel

Berdasarkan tanggapan responden terhadap peluang Lion Parcel yang didapat dari pemilik, karyawan yang bekerja sebagai *customer service* dan karyawan yang bekerja sebagai kurir, maka didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.8 Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap Ancaman Lion Parcel Purwokerto

No	Ancaman	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus Rating	Kategori
1	Banyak dibukanya cabang-cabang baru perusahaan pesaing di Purwokerto	3	3	4	4	Respons Superior
2	Promo – promo yang ditawarkan pesaing menarik pelanggan Lion Parcel	4	3	3	3	Respons diatas rata-rata
3	Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing	1	2	1	1	Respons buruk
4	Bencana alam	1	1	1	1	Respons buruk

Sumber : (Data primer, 2020)

Berdasarkan rating responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi ancaman Lion Parcel Purwokerto adalah sebagai berikut :

1. Banyak dibukanya cabang-cabang baru perusahaan pesaing di Purwokerto
Responden merasa semakin banyaknya cabang-cabang perusahaan pesaing menjadikan pasar Lion Parcel Purwokerto menyempit.
2. Promo – promo yang ditawarkan pesaing menarik pelanggan Lion Parcel
Responden merasa promo-promo yang ditawarkan perusahaan pesaing dapat merebut konsumen Lion Parcel.

3. Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing

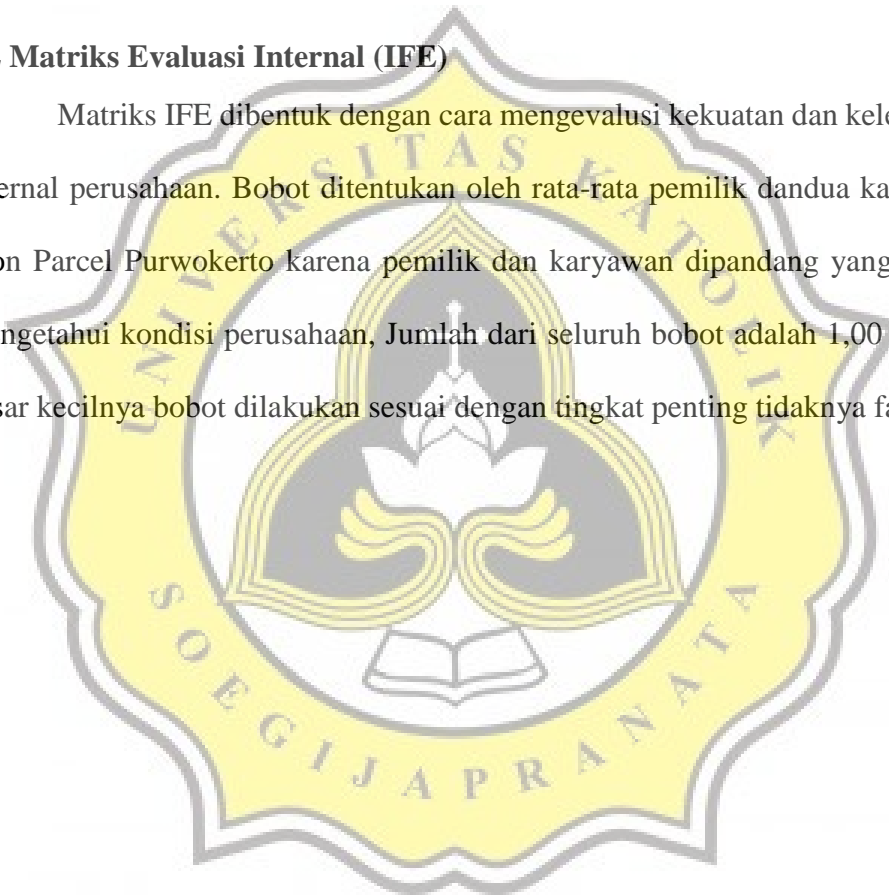
Responden merasa loyalitas konsumen terhadap perusahaan pesaing Lion Parcel menjadi ancaman untuk mencari konsumen baru.

4. Bencana alam

Responden merasa bencana alam menjadi salah satu ancaman bagi bisnis ini, karena akan mengganggu proses pengiriman barang.

4.2 Matriks Evaluasi Internal (IFE)

Matriks IFE dibentuk dengan cara mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Bobot ditentukan oleh rata-rata pemilik dan dua karyawan Lion Parcel Purwokerto karena pemilik dan karyawan dipandang yang paling mengetahui kondisi perusahaan, Jumlah dari seluruh bobot adalah 1,00 dengan besar kecilnya bobot dilakukan sesuai dengan tingkat penting tidaknya faktor.



Tabel 4.9 Rekap Pengisian Bobot Evaluasi Faktor Internal Lion Parcel (IFE)

No	Critical Success Factors	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Rata-rata
Kekuatan					
1	Armada yang jelas untuk pengiriman, karena menggunakan armada sendiri, tentu kecepatan dan keamanan paket lebih terjamin.	0.071	0.056	0.081	0.069
2	Melayani secara door to door, kurir akan mengambil barang yang akan dikirim	0.071	0.083	0.054	0.070
3	Mudah di track : Keberadaan paket atau dokumen Lion Parcel bisa dipantau	0.071	0.083	0.081	0.079
4	Metode pengiriman yang variatif, sesuai dengan keinginan customer	0.071	0.056	0.081	0.069
5	Tarif paling murah dibandingkan dengan para pesaing	0.095	0.111	0.108	0.105
6	Kompromi berat timbangan yang lebih tinggi : Paket dengan berat 1.49 Kg masih tetap dihitung 1 Kg saja.	0.095	0.111	0.108	0.105
7	Lokasi mudah dicari (lokasi strategis)	0.095	0.083	0.081	0.087
8	Perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan.	0.071	0.056	0.054	0.060
9	Parkiran luas	0.000	0.028	0.027	0.018
Kelemahan					
1	Lion Parcel sangat ketat dalam hal packaging, apabila packaging suatu barang tidak memenuhi syarat maka tidak akan diterima	0.024	0.028	0.027	0.026
2	Belum terlalu terkenal apabila dibandingkan dengan beberapa pesaing Lion Parcel	0.071	0.056	0.054	0.060
3	Sampai saat ini belum bekerja sama dengan beberapa <i>e-commerce</i> besar seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain.	0.095	0.083	0.108	0.096
4	Laptop yang digunakan terkadang bermasalah sehingga mengganggu proses transaksi.	0.048	0.028	0.027	0.034
5	Kurangnya promosi untuk meningkatkan kesadaran dan mencuri perhatian masyarakat.	0.095	0.111	0.081	0.096
6	Kinerja karyawan yang kurang cepat karena belum terlalu terampil	0.024	0.028	0.027	0.026
Total		1	1	1	1.000

Sumber : (Data primer, 2020)

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa *critical success factor* yang dianggap terpenting oleh rata-rata responden adalah Lion Parcel memiliki tarif paling murah dibandingkan dengan para pesaingnya dan juga kompromi berat timbangan yang lebih tinggi dengan bobot 0,105. Sedangkan critical success factor yang memiliki nilai terendah adalah Lion Parcel memiliki parkir yang luas dengan bobot 0,018. Hasil ini menunjukkan bahwa responden merasa faktor kekuatan dari Lion Parcel dipandang memiliki bobot yang lebih dipertimbangkan dibandingkan dengan kelemahan Lion Parcel.

Rating diberikan dengan cara membandingkan kekuatan perusahaan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Semakin tinggi kekuatan perusahaan dibandingkan dengan rata-rata industry atau dengan pesaing utama maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan cara membandingkan kelemahan perusahaan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Semakin lemah perusahaan dibandingkan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan skala 1-4.

Tabel 4.10 Rating Evaluasi Faktor Internal Lion Parcel (IFE)

No	Critical Success Factors	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus
STRENGTH					
1	Armada yang jelas untuk pengiriman, karena menggunakan armada sendiri, tentu kecepatan dan keamanan paket lebih terjamin.	3	4	3	3
2	Melayani secara door to door, kurir akan mengambil barang yang akan dikirim	4	3	4	4
3	Mudah di <i>track</i> : Keberadaan paket atau dokumen Lion Parcel bisa dipantau	4	4	3	4
4	Metode pengiriman yang variatif, sesuai dengan keinginan customer	3	3	4	3
5	Tarif paling murah dibandingkan dengan para pesaing	4	4	4	4
6	Kompromi berat timbangan yang lebih tinggi : Paket dengan berat 1.49 Kg masih tetap dihitung 1 Kg saja.	4	4	3	4
7	Lokasi mudah dicari (lokasi strategis)	3	4	4	4
8	Perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan.	4	3	4	4
9	Parkiran luas	3	3	3	3
WEAKNESS					
1	Lion Parcel sangat ketat dalam hal packaging, apabila packaging suatu barang tidak memenuhi syarat maka tidak akan diterima	2	2	2	2
2	Belum terlalu terkenal apabila dibandingkan dengan beberapa pesaing Lion Parcel	1	2	2	2
3	Sampai saat ini belum bekerja sama dengan beberapa <i>e-commerce</i> besar seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain.	1	1	1	1
4	Laptop yang digunakan terkadang bermasalah sehingga mengganggu proses transaksi.	2	2	2	2
5	Kurangnya promosi untuk meningkatkan kesadaran dan mencuri perhatian masyarakat.	1	1	1	1
6	Kinerja karyawan yang kurang cepat karena belum terlalu terampil	2	2	2	2

Sumber : (Data primer, 2020)

Modus didapatkan dari jumlah yang sama dengan jumlah terbanyak, sedangkan jika didapatkan nilai yang sama maka dipilih nilai yang tinggi. Hasil perhitungan rata-rata jawaban dari responden terhadap kekuatan maupun kelemahan Lion Parcel menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki prioritas yang sama dalam kekuatan maupun kelemahannya. Perhitungan matriks IFE secara gabungan dapat dilihat dalam tabel 4.11 sebagai berikut :



Tabel 4.11 Matriks Evaluasi Faktor Internal Lion Parcel (IFE)

No	Critical Success Factors	Rata - rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
Kekuatan				
1	Armada yang jelas untuk pengiriman, karena menggunakan armada sendiri, tentu kecepatan dan keamanan paket lebih terjamin.	0.069	3	0.207
2	Melayani secara door to door, kurir akan mengambil barang yang akan dikirim	0.070	4	0.280
3	Mudah di <i>track</i> : Keberadaan paket atau dokumen Lion Parcel bisa dipantau	0.079	4	0.316
4	Metode pengiriman yang variatif, sesuai dengan keinginan customer	0.069	3	0.207
5	Tarif paling murah dibandingkan dengan para pesaing	0.105	4	0.420
6	Kompromi berat timbangan yang lebih tinggi : Paket dengan berat 1.49 Kg masih tetap dihitung 1 Kg saja.	0.105	4	0.420
7	Lokasi mudah dicari (lokasi strategis)	0.087	4	0.348
8	Perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan.	0.060	4	0.240
9	Parkiran luas	0.018	3	0.054
Kelemahan				
1	Lion Parcel sangat ketat dalam hal packaging, apabila packaging suatu barang tidak memenuhi syarat maka tidak akan diterima	0.026	2	0.052
2	Belum terlalu terkenal apabila dibandingkan dengan beberapa pesaing Lion Parcel	0.060	2	0.120
3	Sampai saat ini belum bekerja sama dengan beberapa <i>e-commerce</i> besar seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain.	0.096	1	0.096
4	Laptop yang digunakan terkadang bermasalah sehingga mengganggu proses transaksi.	0.034	2	0.068
5	Kurangnya promosi untuk meningkatkan kesadaran dan mencuri perhatian masyarakat.	0.096	1	0.096
6	Kinerja karyawan yang kurang cepat karena belum terlalu terampil	0.026	2	0.052
Total IFE				2.976

Sumber : (Data primer, 2020)

Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 2,976 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi internal yang kuat. Skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE). Hasil ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Lion Parcel lebih kuat dibandingkan dengan kelemahannya. Hasil dari matriks IFE di atas menunjukkan bahwa skor pada kekuatan yang menunjukkan indikator kekuatan yang terkuat adalah Lion Parcel memiliki tarif yang paling murah dibandingkan para pesaingnya dan juga kompromi berat timbangan yang lebih tinggi.

Indikator kelemahan yang paling tinggi adalah kurangnya promosi untuk meningkatkan kesadaran dan menarik perhatian masyarakat di Purwokerto. Promosi yang dilakukan Lion Parcel untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Purwokerto akan kehadiran Lion Parcel masih kurang sehingga belum dapat menjangkau konsumen-konsumen baru. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya kesadaran masyarakat Purwokerto tentang Lion Parcel adalah karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh Lion Parcel sendiri.

4.3 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFE)

Matriks EFE dibentuk dengan cara mendaftar semua peluang dan ancaman yang masuk dalam *critical success factors*. Bobot ditentukan oleh pemilik dan karyawan Lion Parcel karena dipandang yang paling mengetahui kondisi perusahaan. Jumlah dari seluruh bobot adalah 1,00 dengan besar kecilnya bobot dilakukan sesuai dengan tingkat penting tidaknya factor.

Tabel 4.12 Rekap Pengisian Bobot Evaluasi Faktor Eksternal Lion Parcel (EFE)

No	Critical Success Factors	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Rata-rata
Peluang					
1	Semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang ke luar kota atau pulau	0.138	0.133	0.138	0.136
2	Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru	0.138	0.100	0.138	0.125
3	Kemajuan teknologi memperluas jaringan pelayanan pada Lion Parcel	0.069	0.067	0.034	0.057
4	Jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri	0.138	0.133	0.103	0.125
5	Pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa perusahaan	0.103	0.100	0.103	0.102
Ancaman					
1	Banyak dibukanya cabang-cabang baru perusahaan pesaing di Purwokerto	0.103	0.133	0.138	0.125
2	Promo – promo yang ditawarkan pesaing menarik pelanggan Lion Parcel	0.103	0.100	0.138	0.114
3	Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing	0.069	0.100	0.069	0.079
4	Bencana alam	0.138	0.133	0.138	0.136
Total		1	1	1	1.000

Sumber : (Data Primer, 2020)

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa *critical success factor* yang dianggap terpenting oleh rata-rata responden adalah semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi dengan bobot 0,136 dan dari sisi ancaman adalah bencana alam seperti gempa bumi, banjir, dan yang baru terjadi akhir-akhir ini yaitu pandemi COVID-19 dengan bobot 0,136.

Rating diberikan dengan cara melihat cara perusahaan dalam merespons peluang yang ada. Semakin baik cara perusahaan untuk merespons peluang-peluang yang ada maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan cara melihat cara perusahaan menghindari ancaman eksternal. Jika perusahaan tidak mampu untuk menghindari ancaman eksternal yang timbul maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan skala 1-4. Modus didapatkan dari jumlah yang sama dengan jumlah terbanyak, sedangkan jika didapatkan nilai yang sama maka dipilih nilai yang tinggi.



Tabel 4.13 Rating Evaluasi Faktor Eksternal Lion Parcel (EFE)

No	Critical Success Factors	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus
OPPORTUNITY					
1	Semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang ke luar kota atau pulau	4	4	4	4
2	Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru	4	4	4	4
3	Kemajuan teknologi memperluas jaringan pelayanan pada Lion Parcel	4	3	3	3
4	Jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri	4	3	4	4
5	Pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa perusahaan	3	4	3	3
THREAT					
1	Banyak dibukanya cabang-cabang baru perusahaan pesaing di Purwokerto	3	3	4	4
2	Promo – promo yang ditawarkan pesaing menarik pelanggan Lion Parcel	4	3	3	3
3	Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing	1	2	1	1
4	Bencana alam	1	1	1	1

Sumber : (Data Primer, 2020)

Hasil pada perhitungan rating matriks EFE menunjukkan bahwa hasil jawaban responden memiliki kesamaan dengan setuju akan prioritas dan kondisi dari peluang serta ancaman yang dimiliki oleh Lion Parcel saat ini. Rating dengan nilai terbesar adalah pada peluang Lion Parcel yaitu tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru, sedangkan yang memiliki respon yang sangat buruk ada pada ancaman yaitu bencana alam dengan modus rating 1.

Pembobotan dilakukan oleh pemilik untuk mengetahui indikator-indikator peluang dan ancaman mana saja yang dianggap paling penting bagi perusahaan. Perhitungan matriks EFE dapat dilihat dalam tabel 4.14 sebagai berikut :

Tabel 4.14 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFE)

No	Critical Success Factors	Rata - rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
Peluang				
1	Semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang ke luar kota atau pulau	0.136	4	0.544
2	Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru	0.125	4	0.500
3	Kemajuan teknologi mempermudah jaringan pelayanan pada Lion Parcel	0.057	3	0.171
4	Jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri	0.125	4	0.500
5	Pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa perusahaan	0.102	3	0.306
Ancaman				
1	Banyak dibukanya cabang-cabang baru perusahaan pesaing di Purwokerto	0.125	4	0.500
2	Promo – promo yang ditawarkan pesaing menarik pelanggan Lion Parcel	0.114	3	0.342
3	Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing	0.079	1	0.079
4	Bencana alam	0.136	1	0.136
Total EFE				3.078

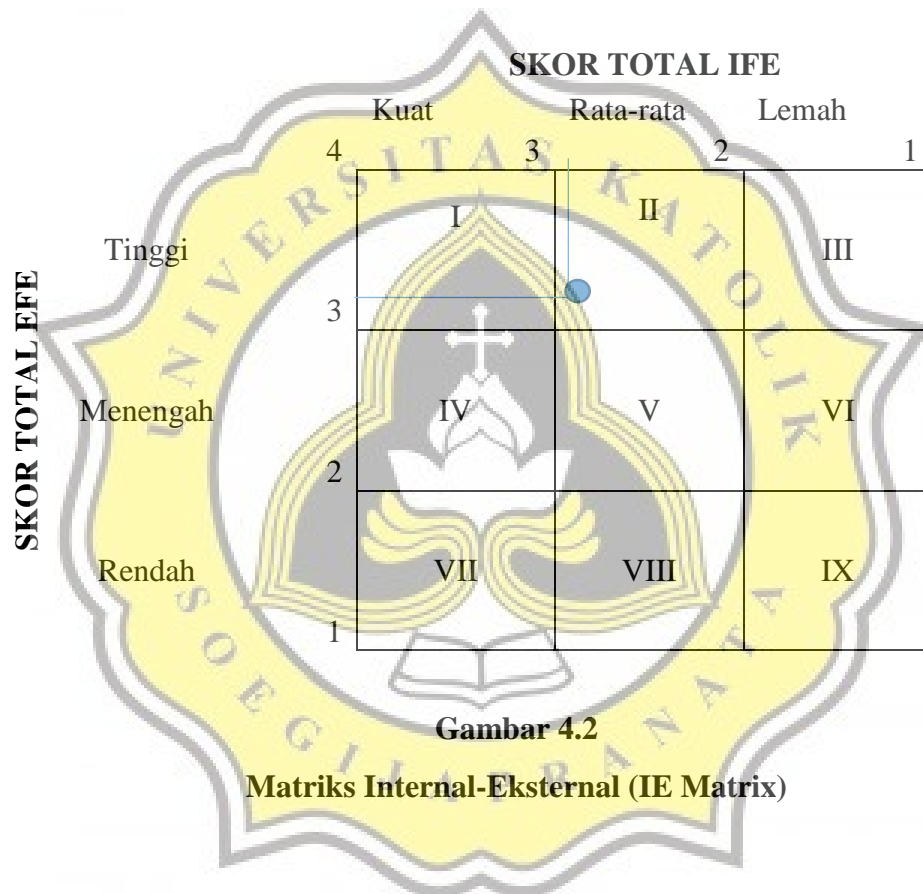
Sumber : (Data primer, 2020)

Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 3,078 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi eksternal yang kuat. Skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE). Hasil ini menunjukkan bahwa peluang bagi Lion Parcel lebih besar dibandingkan dengan ancaman bagi Lion Parcel. Hasil dari matriks EFE menunjukkan bahwa faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman pada Lion Parcel masuk dalam kategori kuat. Hal ini berarti bahwa Lion Parcel memiliki peluang ke depan untuk meningkatkan bisnisnya namun ancaman yang timbul cukup mengancam eksistensi Lion Parcel. Peluang dengan skor tertinggi dimiliki oleh indikator Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru. Peluang yang dianggap berpotensi adalah jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri

Namun di sisi lain Lion Parcel mendapatkan ancaman yang cukup kuat juga dan belum ada strategi konkrit dari Lion Parcel Purwokerto untuk peningkatan bisnisnya di masa depan. Ancaman terbesar bencana alam seperti yang baru-baru ini terjadi yaitu pandemic COVID-19 yang sangat menghambat proses pengiriman barang, serta bertambah banyaknya cabang baru dari pesaing yang buka di Purwokerto.

4.4 Matriks Internal – Eksternal (I-E)

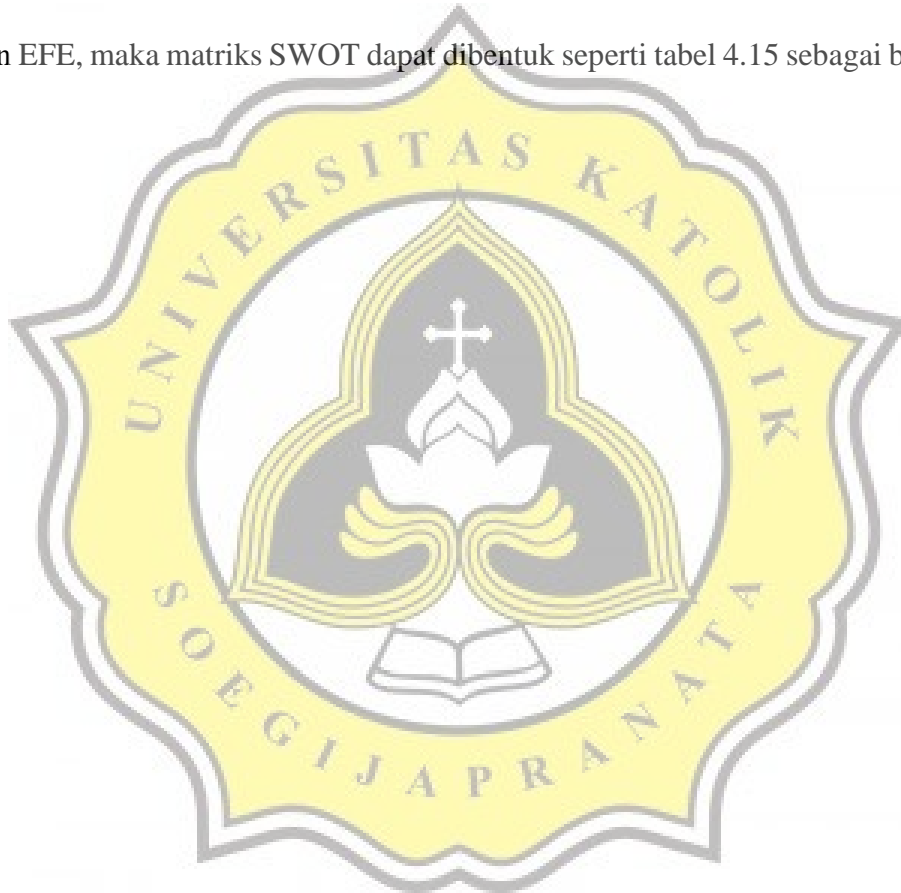
Membuat Matriks Internal – Eksternal (I-E) dengan mengukur total skor bobot IFE pada sumbu x dan total skor bobot EFE pada sumbu y dan mengidentifikasikan sembilan sel strategi perusahaan. Berdasarkan bobot pada matriks IFE dan EFE, didapatkan skor pada IFE adalah sebesar 2,976 dan nilai EFE sebesar 3,078. Maka matriks Internal-Eksternal sebagai contohnya adalah sebagai berikut:



Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan strategi berada pada kuadran II yaitu strategi tumbuh dan bangun (*growth and build*). Strategi tumbuh dan bangun akan digunakan dengan cara pengenalan produk / jasa yang ada saat ini ke area geografi yang baru dan mencari peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa saat ini. Strategi yang tepat dalam tumbuh dan bangun ini adalah strategi intensif dan integrasi. Strategi intensif dilakukan dengan penetrasi pasar yaitu dengan cara aktif mencari peluang usaha untuk peningkatan bisnis Lion Parcel.

4.5 Matriks SWOT

Membuat matriks SWOT dengan memasukkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada kolom yang tersedia, mengkombinasikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dan strategi intensif atau integrasi. untuk menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT. Berdasarkan matriks IFE dan EFE, maka matriks SWOT dapat dibentuk seperti tabel 4.15 sebagai berikut:



Tabel 4.15 Matriks SWOT Lion Parcel

ANALISIS SWOT

ANALISIS SWOT	<u>Strengths (S)</u>	<u>Weakness (W)</u>
	S1: Armada yang jelas untuk pengiriman	W1: Lion Parcel sangat ketat dalam hal packaging
	S2: Melayani secara door to door	W2: Belum terlalu terkenal apabila dibandingkan
	S3: Mudah di <i>track</i>	W3: Belum bekerja sama dengan beberapa <i>e-commerce</i>
	S4: Metode pengiriman yang variatif	W4: Laptop yang digunakan terkadang bermasalah
	S5: Tarif paling murah dibandingkan dengan para pesaing	W5: Kurangnya promosi
	S6: Kompromi berat timbangan yang lebih tinggi	W6: Kinerja karyawan yang kurang cepat karena belum terlalu terampil
	S7: Lokasi mudah dicari (lokasi strategis)	
	S8: Perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.	
	S9: Parkiran luas	
<u>Opportunities (O)</u>	<u>Strategi S-O</u>	<u>Strategi W-O</u>
O1: Semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi	Strategi: Membuat kerjasama atau kesepakatan dengan pedagang dan online shop di Purwokerto agar mendapatkan keuntungan lebih banyak bila menggunakan jasa Lion Parcel (S1, S2, S3, S4, S5, O1, O4)	Strategi: Melakukan promosi sendiri menggunakan sosial media saat ini seperti Instagram ads untuk menarik konsumen baru ditengah tren bisnis online (W2, W3, O2,O3)
O2: Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru		
O3: Kemajuan teknologi memperluas jaringan pelayanan pada Lion Parcel	Strategi: Memberikan diskon bagi para pelanggan tetap untuk terus menggunakan jasa Lion Parcel (S8, O5)	
O4: Jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri		
O5: Pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa Lion Parcel		

<u>Threats (T)</u>	<u>Strategi S-T</u>	<u>Strategi W-T</u>
T1: Banyak dibukanya cabang baru perusahaan pesaing di Purwokerto	Strategi: Menyiapkan sarana bagi konsumen untuk menyampaikan kritik dan saran bagi Lion Parcel (S8,T1)	Strategi: Memperbaiki aset yang dimiliki dan melatih kembali karyawan agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen (W4, W6, T1, T2)
T2: Promo yang ditawarkan pesaing menarik pelanggan Lion Parcel		
T3: Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing		
T4: Bencana alam		

Sumber : (Data primer, 2020)

Berdasarkan matriks SWOT, maka dapat dirumuskan lima *alternative strategy* menurut responden yang terdiri dari 1 orang pemilik dan 2 orang karyawan dari bagian customer service, dan bagian kurir. Berikut adalah analisis masing-masing strategi berdasarkan hasil diskusi antar responden.

4.5.1 Analisis Strategi S-O

Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan. Strategi yang dilakukan adalah Membuat kerjasama atau kesepakatan dengan pedagang dan online shop di Purwokerto agar mendapatkan keuntungan lebih banyak bila menggunakan jasa Lion Parcel (S1, S2, S3, S4, S5, O1, O4). Melihat kekuatan dan peluang yang dimiliki, Lion Parcel harus agresif untuk mendapatkan peluang yang ada yaitu dengan menawarkan kerjasama dengan online shop yang ada di Purwokerto dengan menawarkan keuntungan-keuntungan yang akan mereka dapatkan jika menggunakan jasa Lion Parcel, dimulai dari tarif yang paling murah, armada yang jelas, mudah di track, dan metode pengiriman yang variatif.

Strategi lainnya adalah memberikan diskon bagi para pelanggan tetap untuk terus menggunakan jasa Lion Parcel (S8, O5). Dengan menambah keuntungan bagi pelanggan tetap tentunya konsumen akan menjadi lebih puas dengan jasa kita dan diharapkan konsumen akan terus menggunakan jasa Lion Parcel setiap mengirimkan barang.

4.5.2 Analisis Strategi W-O

Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. Alternative strategi W-O adalah melakukan promosi sendiri menggunakan sosial media saat ini seperti Instagram ads untuk menarik konsumen baru ditengah tren bisnis online (W2, W3, O2,O3)

Lion Parcel saat ini masih kurang dalam hal promosi karena tidak adanya gerakan dari Lion Parcel pusat sendiri untuk menarik lebih banyak masyarakat, dengan kemajuan teknologi saat ini dan terus meningkatnya bisnis online maka Lion Parcel Purwokerto dapat melakukan promosi sendiri melalui media sosial seperti Instagram ads untuk memperbanyak jangkauan Lion Parcel dan diharapkan akan menambah konsumen-konsumen baru.

4.5.3 Analisis Strategi S-T

Melalui strategi ini, perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal. Alternative strategi S-T adalah menyiapkan sarana bagi konsumen untuk menyampaikan kritik dan saran bagi Lion Parcel (S8,T1).

Dengan menyiapkan sarana bagi konsumen untuk menyampaikan kritik dan saran akan membuat Lion Parcel lebih baik lagi dan konsumen pun merasa bahwa dirinya dihargai serta dianggap lebih dari sekedar konsumen, mengingat Lion Parcel mampu menjaga hubungan yang baik dengan konsumen nya selama ini. Dengan alternatif strategi ini lah diharapkan Lion Parcel dapat mempertahankan konsumen nya ditengah banyaknya cabang-cabang baru yang dibuka oleh pesaing.

4.5.4 Analisis Strategi W-T

Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. Alternative strategi W-T adalah memperbaiki aset yang dimiliki dan melatih kembali karyawan agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen (W4, W6, T1, T2)

Alternatif strategi dilakukan dengan cara memperbaiki asset yang bermasalah saat ini seperti laptop, lalu juga melatih karyawan agar kinerja nya menjadi lebih efektif dan efisien sehingga konsumen akan semakin puas dengan layanan yang diberikan Lion Parcel, dengan strategi ini diharapkan konsumen

Lion Parcel akan terus berlangganan di Lion Parcel dan tidak tertarik dengan penawaran-penawaran dari para pesaing.

4.6 Analisis QSPM

Berdasarkan hasil analisis menggunakan matriks SWOT, ditemukan lima strategi alternative yang dapat dijalankan oleh Lion Parcel Purwokerto. Kelima strategi alternative tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Membuat kerjasama atau kesepakatan dengan pedagang dan online shop di Purwokerto agar mendapatkan keuntungan lebih banyak bila menggunakan jasa Lion Parcel
2. Memberikan diskon bagi para pelanggan tetap untuk terus menggunakan jasa Lion Parcel
3. Melakukan promosi sendiri menggunakan sosial media saat ini seperti Instagram ads untuk menarik konsumen baru ditengah tren bisnis online
4. Menyiapkan sarana bagi konsumen untuk menyampaikan kritik dan saran bagi Lion Parcel
5. Memperbaiki aset yang dimiliki dan melatih kembali karyawan agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen

Dalam analisis QSPM (*Quantitative Strategy Planning Matrix*) yang merupakan tahapan terakhir dalam analisis strategi ini, akan ditentukan strategi yang sesuai serta dapat dijalankan oleh perusahaan melalui urutan prioritas strategi yang terbaik. Penentuan skor daya tarik (attractiveness score-AS) berdasarkan nilai rata-rata responden penelitian yang merupakan pihak internal Lion Parcel tentang apakah faktor-faktor utama SWOT berpengaruh terhadap alternative strategi dan seberapa besarkah daya tarik strategi tersebut. Semakin tinggi skor daya tarik, maka semakin menarik alternative strategi tersebut. Berikut adalah matriks QSPM Lion Parcel:

Tabel 4.16 Matriks QSPM Lion Parcel

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi										
		Strategi S-O1		Strategi S-O2		Strategi W-O		Strategi S-T		Strategi W-T		
		AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS	
KEKUATAN	Armada yang jelas untuk pengiriman, karena menggunakan armada sendiri, tentu kecepatan dan keamanan paket lebih terjamin.	0.069	3	0.207	0.67	0.046	2.33	0.161	1	0.069	1	0.069
	Melayani secara door to door, kurir akan mengambil barang yang akan dikirim	0.070	3	0.210	0.67	0.047	2.33	0.163	1	0.070	1	0.070
	Mudah di <i>track</i> : Keberadaan paket atau dokumen Lion Parcel bisa dipantau	0.079	3	0.237	0.67	0.053	2.33	0.184	1	0.079	1	0.079
	Metode pengiriman yang variatif, sesuai dengan keinginan customer	0.069	3	0.207	1	0.069	2.33	0.161	1	0.069	1	0.069
	Tarif paling murah dibandingkan dengan para pesaing	0.105	4	0.420	3	0.315	3	0.315	1	0.105	1	0.105
	Kompromi berat timbangan yang lebih tinggi : Paket dengan berat 1.49 Kg masih tetap dihitung 1 Kg saja.	0.105	4	0.420	2	0.210	3	0.315	1	0.105	1	0.105
	Lokasi mudah dicari (lokasi strategis)	0.087	0.67	0.058	0.67	0.058	3	0.261	1	0.087	1	0.087
	Perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan.	0.060	3.67	0.220	4	0.240	1	0.060	4	0.240	3.33	0.200
	Parkiran luas	0.018	0	0.000	0	0.000	0	0.000	0.33	0.006	0.67	0.012
	KELEMAHAN											
Lion Parcel sangat ketat dalam hal packaging, apabila packaging suatu barang tidak memenuhi syarat maka tidak akan diterima	0.026	2	0.052	0.67	0.017	1	0.026	1	0.026	1	0.026	
Belum terlalu terkenal apabila dibandingkan dengan beberapa pesaing Lion Parcel	0.060	3.33	0.200	2	0.120	4	0.240	1	0.060	1	0.060	
Sampai saat ini belum bekerja sama dengan beberapa <i>e-commerce</i> besar seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain.	0.096	3.33	0.320	2.33	0.224	4	0.384	1	0.096	1	0.096	

Faktor Kunci	Robot	Alternatif Strategi									
		Strategi S-O1		Strategi S-O2		Strategi W-O		Strategi S-T		Strategi W-T	
		AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS
Laptop yang digunakan terkadang bermasalah sehingga mengganggu proses transaksi.	0.034	0	0.000	0	0.000	0	0.000	3.33	0.113	4	0.136
Kurangnya promosi untuk meningkatkan kesadaran dan mencuri perhatian masyarakat.	0.096	4	0.384	3	0.288	4	0.384	1	0.096	1	0.096
Kinerja karyawan yang kurang cepat karena belum terlalu terampil	0.026	1.33	0.035	0.67	0.017	0.67	0.017	3	0.078	4	0.104
PELUANG											
Semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang ke luar kota atau pulau	0.136	4	0.544	4	0.544	4	0.544	1.33	0.181	2.33	0.317
Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru	0.125	4	0.500	4	0.500	4	0.500	1	0.125	2.67	0.334
Kemajuan teknologi memperluas jaringan pelayanan pada Lion Parcel	0.057	1.33	0.076	0.67	0.038	0.67	0.038	1	0.057	1	0.057
Jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri	0.125	3.67	0.459	4	0.500	4	0.500	1	0.125	3.33	0.416
Pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa perusahaan	0.102	3.33	0.340	2.67	0.272	2.33	0.238	3.33	0.340	3.33	0.340
ANCAMAN											
Banyak dibukanya cabang-cabang baru perusahaan pesaing di Purwokerto	0.125	3.33	0.416	2.33	0.291	3	0.375	3.33	0.416	2.67	0.334
Promo – promo yang ditawarkan pesaing menarik pelanggan Lion Parcel	0.114	2	0.228	2.33	0.266	3	0.342	3	0.342	2.67	0.304
Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing	0.079	1.33	0.105	2.67	0.211	3	0.237	3.33	0.263	2.67	0.211
Bencana alam	0.136	0	0.000	0	0.000	0	0.000	0	0.000	0	0.000
TOTAL WAS			5.637		4.327		5.445		3.148		3.626

Berdasarkan hasil perhitungan dari matriks QSPM, dapat diketahui alternative strategi mana yang dianggap terbaik bagi Lion Parcel. Hasil rekapitulasi dari matriks QSPM dapat dilihat dari tabel 4.17 berikut:

Tabel 4.17 Rekapitulasi QSPM Lion Parcel

No	Alternatif Strategi	Nilai Total WAS	Peringkat
S-O 1	Membuat kerjasama atau kesepakatan dengan pedagang dan online shop di Purwokerto agar mendapatkan keuntungan lebih banyak bila menggunakan jasa Lion Parcel	5.637	1
S-O 2	Memberikan diskon bagi para pelanggan tetap untuk terus menggunakan jasa Lion Parcel	4.327	3
W-O	Melakukan promosi sendiri menggunakan sosial media saat ini seperti Instagram ads untuk menarik konsumen baru di tengah tren bisnis online	5.445	2
S-T	Menyiapkan sarana bagi konsumen untuk menyampaikan kritik dan saran bagi Lion Parcel	3.148	5
W-T	Memperbaiki aset yang dimiliki dan melatih kembali karyawan agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen	3.626	4

Berdasarkan hasil pada matriks QSPM, didapatkan bahwa strategi Membuat kerjasama atau kesepakatan dengan pedagang dan online shop di Purwokerto agar mendapatkan keuntungan lebih banyak bila menggunakan jasa Lion Parcel menjadi strategi yang diprioritaskan dengan total skor daya tarik yang mencapai 5,637. Strategi yang dilakukan adalah Membuat kerjasama atau kesepakatan dengan pedagang dan online shop di Purwokerto agar mendapatkan keuntungan lebih banyak bila menggunakan jasa Lion Parcel, Melihat kekuatan dan peluang

yang dimiliki, Lion Parcel harus agresif untuk mendapatkan peluang yang ada yaitu dengan menawarkan kerjasama dengan online shop yang ada di Purwokerto dengan menawarkan keuntungan-keuntungan yang akan mereka dapatkan jika menggunakan jasa Lion Parcel, dimulai dari tarif yang paling murah, armada yang jelas, mudah di track, dan metode pengiriman yang variatif.

Alternatif berikutnya adalah melakukan promosi sendiri menggunakan sosial media saat ini seperti Instagram ads untuk menarik konsumen baru ditengah tren bisnis online. Strategi alternative selanjutnya adalah melakukan promosi sendiri agar lebih banyak masyarakat purwokerto yang mengetahui Lion Parcel dan diharapkan menambah konsumen sehingga menaikkan pendapatan Lion Parcel sendiri.

